



ORGANO UFFICIALE
DEI COMUNI DI
POSCHIAVO E BRUSIO

Il Grigione Italiano

Fondato il 3 luglio 1852

Settimanale indipendente del Grigioni Italiano

La «Miglior Radio» per Alessandro Tini

Il giornalista mesolcinese si è aggiudicato il Premio di Giornalismo della Svizzera Italiana 2019 nella categoria «Radio», con il servizio «La morte era dietro di me».

La Voce del San Bernardino

Pagine 9-12

Studio Dentistico
dott. Romeri

Tel. 081 844 33 22

Poschiavo

La marca

Serata particolarmente interessante, quella organizzata giovedì scorso dall'Associazione Artigiani e Commercianti Valposchiavo e che ha visto protagonista il professore associato della Libera Università di Lingue e Comunicazione di Milano Mauro Ferraresi, che ha illustrato l'importanza di una marca (e non del marchio, che noi usiamo spesso come sinonimo). Da annoverare, purtroppo, la poca partecipazione dei nostri industriali come dei vertici degli enti di maggior rilevanza economica presenti sul nostro territorio. Un vero peccato, particolarmente in ottica di quanto si sta cercando di sviluppare in Valposchiavo. Al di là dei contenuti e dei concetti espressi da Ferraresi, è stata persa, o per lo meno posticipata, l'occasione per intavolare un discorso più approfondito su quali siano gli obiettivi e le strategie attuabili per promuovere la marca Valposchiavo, intesa come un cappello che inglobi tutta la nostra realtà economica.

Da gente molto pratica ben sappiamo, però, che è inutile piangere sul latte versato, così come siamo coscienti che la ricerca dei motivi per cui non si è approfittato di un'opportunità deve essere finalizzata a evitare di rincorrere nell'errore e non per accampare o trovare scuse. In questo senso la serata di giovedì scorso potrebbe avere ancora sviluppi ancora importanti, se il seme caduto su un terreno apparentemente arido verrà trapiantato in un campo più fertile.

Prima di fare ciò vi è però da comprendere se le nostre aziende ritengono o meno importante sviluppare un discorso in tal senso. Dalle parole del professor Ferraresi sembrerebbe inevitabile che, in una società che si caratterizza per la predominanza del consumo rispetto alla produzione, una riflessione in tal senso venga promossa. Ovviamente sussiste la possibilità che, anche senza aver analizzato dati, sviluppato strategie e investito denari, l'economia della Valposchiavo sia già riuscita d'istinto a costruirsi la propria marca, o per meglio dire, abbia già trovato il proprio posizionamento sul mercato. Ciò che deve spingerci a riflettere è se tale modo di approcciarsi al mercato sia sostenibile anche in futuro oppure se lentamente ci metterà all'angolo. Non è certo passato inosservato a nessuno che negli ultimi anni il mercato della Valposchiavo è divenuto sempre più terra di conquista per aziende provenienti da oltre i nostri confini, siano essi quelli politici oppure quelli geografici. La situazione diventa ancora più marcata se si guarda all'Engadina Alta, che da sempre è un mercato molto importante per le nostre aziende.

È pur vero che non siamo stati proprio con le mani in mano e il 100% Valposchiavo, per citare un esempio che forse qualcuno riterrà un po' inflazionato, ne è una conferma. Ma stiamo facendo a sufficienza? Ci stiamo muovendo con la necessaria velocità? Non stiamo rischiando di perdere il vantaggio acquisito? E, soprattutto, questo marchio è rappresentativo della nostra intera economia o, per lo meno, della parte trainante di essa? Tutte domande che esigono una risposta, possibilmente condivisa.

Antonio Platz

Certificato il calcestruzzo della Ferrari Gianpiero e Giorgio

Inserito il 18 giugno nella lista dei fornitori certificati dal Canton Grigioni, il calcestruzzo della Ferrari Gianpiero e Giorgio ha superato lo scorso 22 agosto il secondo controllo semestrale dell'Associazione Svizzera di Sorveglianza dei Materiali da Costruzione in Pietra. Con queste certificazioni, unitamente a diversi ampliamenti e ammodernamenti all'impianto, l'azienda di Zalende vuole scongiurare il pericolo di carenza di questo materiale da costruzione in Valposchiavo.

di ANTONIO PLATZ

Il calcestruzzo è attualmente il materiale da costruzione più diffuso al mondo. Non fa certo eccezione la Valposchiavo, dove l'utilizzo di questo conglomerato artificiale è una prerogativa di buona parte delle costruzioni private e pubbliche. Attualmente nella nostra regione l'approvvigionamento del calcestruzzo è garantito per buona parte dalla IB Sili Poschiavo SA con il suo impianto di Li Geri, mentre in parte minore dalla Ferrari Gianpiero e Giorgio e da alcuni altri piccoli produttori che specificatamente lo producono quasi esclusivamente per i propri fabbisogni. La IB Sili Poschiavo SA, per lo meno fino allo scorso mese di giugno, era, però, la sola azienda a disporre di un impianto di produzione certificato SN EN 206, ovvero quello richiesto dal Canton Grigioni, dalla Ferrovia retica e da Repower – per citare alcuni grandi consumatori – per la realizzazione delle proprie opere. Dallo scorso 18 giugno la IB Sili Poschiavo SA non è però più l'unica azienda produttrice valposchiavina a figurare nella lista dei fornitori autorizzati dal Cantone. Ad essa si è infatti aggiunta la Ferrari Gianpiero e Giorgio di Zalende – per il momento solo per la qualità definita D230; mentre la IB Sili Poschiavo SA possiede anche le certificazioni D231 e D 360 – che il 15 marzo 2019 ha ottenuto il certificato di controllo degli impianti di produzione di calcestruzzo rilasciato dall'Associazione Svizzera di Sorveglianza



Nei piani dell'azienda con sede a Brusio, il centro lavorazione inerti di «Mota da Miralago» – per il quale la Ferrari Gianpiero e Giorgio è in trattative per definire la concessione – è destinato a diventare un punto di riferimento per l'industria delle costruzioni valposchiavina

dei Materiali da Costruzione in Pietra che conferma la conformità del suo prodotto secondo le esigenze della norma SN EN 206:2013.

Una certificazione, quella ottenuta dalla Ferrari Gianpiero e Giorgio, che arriva in un momento cruciale per la Valposchiavo, in quanto – come per altro più volte comunicato anche dalle righe del nostro giornale – la IB Sili Poschiavo SA ha più volte reso noto che intende chiudere il suo impianto di produzione entro il 15 dicembre 2021.

«La nostra azienda – così ci ha spiegato Gianpiero Ferrari che con il fratello Giorgio è proprietario dell'omonima ditta – produce calcestruzzo dal 1987. Fino ad oggi la maggior parte della nostra produzione l'abbiamo sempre impiegata per il nostro fabbisogno e fornita a quattro o cinque aziende presenti sul territorio. In questo senso è bene specificare che per la fornitura di calcestruzzo ai privati non è necessaria la certificazione, che invece è indispensabile per la

fornitura di calcestruzzo destinato alla realizzazione di opere pubbliche commissionate dal Cantone.

Pagina 5

Brusio: sarà elezione vera solo per il Presidente e la Commissione di gestione

Il Comune di Brusio ha ufficializzato le liste dei candidati per le elezioni comunali del prossimo 27 ottobre. Le uniche cariche che presentano più candidati dei seggi disponibili sono quelle del Presidente comunale e della Commissione di gestione. Per le altre l'unico ostacolo è lo spettro del ballottaggio.

di ANTONIO PLATZ

Il timore che avevamo ventilato settimana scorsa dalle righe del nostro settimanale ha trovato riscontro con l'ufficializzazione da parte del Comune di Brusio dei candidati che parteciperanno alle elezioni comunali in programma per il prossimo 27 ottobre. Per buona parte delle cariche pubbliche da assegnare il numero dei candidati corrisponde a quello dei seggi disponibili e, pertanto, l'unico scoglio da superare è lo sbarramento della maggioranza assoluta. Fanno eccezione le cariche di Presidente comunale e quelle dei membri della Commissione di gestione. Nel primo caso, come pure anticipato settimana scorsa, l'uscente Arturo Plozza

(Gruppo Indipendenti) dovrà vedersela con Michela Cazzaniga (indipendente), mentre per quanto riguarda la Commissione di gestione i quattro candidati Michela Paganini-Zanolari (UDC), Davide Lucini (Gruppo Indipendenti), Fabrizio Priuli (Gruppo Indipendenti) e Romano Zala (Gruppo Indipendenti) dovranno sgomitare per aggiudicarsi uno dei tre seggi disponibili.

Già certa la composizione del Consiglio comunale che vedrà il Circolo elettorale di Brusio sopra essere rappresentato dai principali Donato Fanconi (Indipendenti), Arno Dorsa (UDC), Davide Migliacci (UDC) e Giancarlo Plozza (UDC) unitamente al supplente Moreno Vitali (UDC). Il Circolo elettorale di Brusio sotto sarà rappresentato dai principali

Bernardo Paganini (PLD I Liberali), Eugenio Zanolari (Gruppo Indipendenti) e Gianni Zanolari (PDC Valposchiavo) unitamente al supplente Giorgio Ferrari (Gruppo Indipendenti). Per il Circolo elettorale di Viano il seggio di principale andrà a Stefania Zala-Lanfranchi (UDC) mentre quello di supplente a Nadir Pedretti (Indipendente). Già certa anche la composizione del Consiglio scolastico che vedrà come membri principali Dorli Bettini Branchi (UDC), Marco Hossmann (UDC), Tanja Monigatti (Gruppo Indipendenti), Fabio Plozza (Gruppo Indipendenti) e Domenico Pola (Gruppo Indipendenti). Quali supplenti accederanno al Consiglio scolastico Barbara Vitali-Branchi (UDC) e Eileen Bottoni (Gruppo Indipendenti).

Eli Baumgartner dirigerà Bregaglia Engadin Turismo

La Commissione per il turismo del Comune di Bregaglia ha individuato nella 33enne friburghese Eli Baumgartner il successore di Serge Alder ai vertici di Bregaglia Engadin Turismo. Già impegnata nel settore del marketing presso Engadin Skimarathon e Academia Engiadina, Baumgartner entrerà in servizio il prossimo mese di dicembre.

Pagina 6

«Il “Marchio Bregaglia” valorizzerà tutta la valle»

Prosegue il percorso promosso dall'Associazione artigiani e commercianti a supporto delle aziende della zona.

di STEFANO BARBUSCA

Il «Marchio Bregaglia» è più vicino. Prosegue il percorso promosso dall'Associazione artigiani e commercianti della Val Bregaglia, che nei mesi scorsi ha avviato un progetto per la valorizzazione dei prodotti e delle aziende della zona e che ora, grazie anche all'attiva collaborazione dell'Associazione Artigiani e Commercianti della Valposchiavo, punta a un obiettivo concreto.

Venerdì punto Bregaglia ha ospitato una giornata di conferenze e workshop coordinata da Mauro Ferraresi, docente dell'università Iulm di Milano. Nel corso della mattinata si è tenuta una lezione sulla storia della marca e sui cambiamenti determinati nei consumi, con casi di studio celebri come quello della pasta Barilla. Poi i partecipanti – una dozzina di imprenditori e dipendenti di società bregagliotte e poschiavine – hanno preso parte a dei laboratori. A rappresentare Articom c'erano i componenti del gruppo di lavoro che si sta occupando attivamente e con pas-



I partecipanti al seminario che si è svolto a Vicosoprano

sione di tutti gli aspetti preliminari e formali necessari alla creazione del «Marchio Bregaglia».

Claudio Pedretti, titolare di un'azienda che si occupa di progettazione architettonica e di interni e di grafica, è originario della Valchiavenna e da cinque anni vive in Bregaglia. A lui tocca il compito di coordinare questo percorso. «L'obiettivo è promuovere

meglio il territorio nel quale viviamo e lavoriamo, nonché la cooperazione con la parte italiana della vallata e altre regioni - ha spiegato -. Stiamo preparando i regolamenti, i disciplinari e il logo. Da questa fase dovrebbe scaturire il processo futuro di sinergia fra le aziende, per promuovere insieme l'immagine della valle, con le sue bellezze paesaggistiche e i suoi prodotti».

L'applicazione concreta può essere legata, secondo i promotori, a varie specialità. Ad esempio il logo della Bregaglia potrebbe finire sulle torte di castagne, ma anche su pacchetti turistici e materiali legati a servizi. «Un altro traguardo è quello di vincere le resistenze dei singoli, perché oggi si fa tanto individualmente e ci si concentra sul proprio contesto - ha aggiunto Pedretti -. Meno, invece, su una strategia comune che può diventare una forza per tutti a livello di immagine, pubblicità e aiuto per superare le difficoltà. Ma non solo: insieme si possono cogliere opportunità migliori, ad esempio con una piattaforma web dedicata alla vendita dei prodotti».

I promotori puntano quindi sul coinvolgimento di un numero sempre maggiore di imprese della valle. «Al momento siamo pochi, questa è un'altra delle sfide che vogliamo portare avanti - conclude Claudio Pedretti -. C'è una certa diffidenza verso queste esperienze e bisogna riuscire a superare questi ostacoli. Vogliamo farlo portando progetti concreti e propositivi. Speriamo di potere contare su nuove adesioni nel momento in cui i vantaggi di questo lavoro saranno più chiari. Nessuno dovrà rinunciare a una parte della propria identità, ma potrà aggiungere la forza del territorio alle individualità».

Con la marca aumentano vendite e turisti

S. Bar. / Proponiamo l'intervista a Mauro Ferraresi, professore associato del Dipartimento di Comunicazione, arti e media dell'Università Iulm di Milano.

Professor Ferraresi, nel corso della conferenza e del workshop che si sono tenuti a Vicosoprano lei ha parlato di marca e non, come prevede il progetto, di marchio. Qual è la differenza?

«Costruire la marca Bregaglia è un percorso che ha a che fare con gli aspetti della comunicazione e del marketing, mentre parlando di marchio ci si concentra su altri aspetti, come ad esempio i brevetti. Marca significa questo: sto cercando di costruire un discorso attorno alla Val Bregaglia attraverso il quale questo territorio conquista una sua identità, che è fatta soprattutto dei valori di questa valle. Peculiarità che derivano da aspetti reali: da come la popolazione vive e lavora, dal carattere e dalla cultura degli abitanti. Una caratteristica che può essere individuata e “venduta” per identificare al meglio tutti i prodotti della marca».

Prima la marca, insomma, poi il marchio. Successivamente come bisogna agire?

«La strategia è la sincerità, è inutile vestirsi di abiti finti, che non sono i propri. Per farlo bisogna guardarsi dentro, svolgere un lavoro d'introspezione e capire quali sono i punti di forza e di debolezza. Poi è necessario imparare a comunicarli. Ad esempio i prodotti che sono al 100% di un territorio vanno raccontati e mantenuti, poi eventuali verifiche devono essere reali».

Ci sono casi di percorsi avviati in questa direzione realmente efficaci?

«Sì. Possiamo citare l'Umbria, regione italiana che non è bagnata dal mare e si è quindi presentata “con un cuore verde”, esprimendo il legame con la montagna e la natura e il proprio spirito green. Oppure la Val d'Aosta. I territori che hanno seguito questo tipo di percorso hanno visto aumentare le presenze di turisti e le vendite di prodotti. Bisogna assolutamente attivarsi per fare in modo che quanto proposto sia disponibile. Il prodotto che viene comunicato deve essere presente».

Marco Giacometti: gli incontri con la popolazione

Negli scorsi giorni ho avuto il piacere di incontrarmi con cittadine e cittadini in tre località diverse per presentare il mio programma e per scambiarmi con loro.

È stato piuttosto difficile, nel corso di queste serate con il pubblico, arginare il fiume di critiche rivolte all'attuale Municipio.

Insoddisfazioni legate alla qualità dei servizi (ad es. turismo e agricoltura), ma anche all'approccio di scambio con la cittadinanza, all'impostazione delle assemblee e al peso fiscale.

Gli assessori presenti a queste manifestazioni potranno riportare quanto detto.

Le mie proposte principali per la modifica dell'organizzazione comunale sono rivolte ad un aumento dell'efficienza e alla trasparenza dei lavori a tutti i livelli. Da una parte il Municipio, che potrebbe essere ridotto a cinque membri, dovrebbe rivolgersi con maggiore intensità al lavoro strategico ed elaborare a mano della decisione popolare le visioni, le strategie e le misure per rafforzare l'identità e l'economia del Comune.

Questa programmazione deve essere sviluppata in un processo professionale, aperto e condiviso con tutte le cerchie della popolazione, senza escludere elementi ritenuti fastidiosi.

Uno degli assessorati dovrebbe abbracciare sia i lavori pubblici che il turismo per evitare malintesi e per dare il giusto peso al settore del tu-

risimo. L'ente turistico stesso si chiamerebbe Bregaglia Maloja Turismo e rafforzerebbe l'autenticità del nostro Comune e la posizione di Maloja.

Il Comune dovrebbe responsabilizzare e rafforzare, dall'altra, il lavoro dell'amministrazione e delegare ciò che può e che deve essere fatto a quel livello. Sulla base di specifiche tecniche i professionisti dei vari settori sono in grado di fare parte di quello che in passato erano tenuti a fare i municipali. Sostenendo terzi, come le società culturali, il Comune deve basarsi su dei contratti di prestazione che implicano l'obbligo di condividere le strategie comunali e la collaborazione con altre società.

Alle società che rifiutano questo approccio viene tolto il sostegno comunale, cantonale e federale. Il tasso delle imposte comunali può essere ridotto del 3-5% senza compromettere i servizi e gli investimenti.

In quanto alle nuove offerte da realizzare per sostenere l'economia propongo quella per un Centro Giacometti dotato di alcuni edifici espositivi, progetto che dal 24 aprile 2019 si trova sul tavolo del Municipio. Per Maloja propongo di rafforzare lo sci di fondo e di creare la ViaMuretto con dei percorsi culturali a Maloja, completando il sentiero storico che transitava lungo la Taiada fino a Plan Canin.

Per la valle propongo di rendere agibile con delle apposite strutture la torre di Nossa Dona e creare uno

spazio storico-culturale sul dosso che arriva fino a Lan Müraia.

Per raggiungere questo significativo posto andrebbe creato un sentiero proposto da Ursula Bauer e Jürg Frischknecht che da Coltura porta a Palza e Campacc oltrepassando la Maira sopra un elegante ponte pedonale.

Per rendere più attrattivo Soglio e dargli l'importanza che merita propongo di realizzare un sistema di traffico limitato con un posteggio sotterraneo all'entrata della Via Soglio per i residenti e i turisti ospiti degli alberghi.

I turisti che visitano in giornata questo posto durante la stagione estiva godranno invece di un servizio di trasporto pubblico che collega Vicosoprano a Spino e Soglio e che circola nella mezz'ora tra le corse autopostali attuali.

Certo, tutto questo non potrà essere realizzato subito e allo stesso tempo. Coinvolgendo la popolazione si giungerà a un piano di lavoro a medio e lungo termine.

È stato un piacere potermi esprimere, poter fare delle proposte e discutere apertamente su temi d'importanza comunale; questa è stata la vera novità di questa campagna elettorale.

Concludo con delle parole di Alexander von Humboldt: «Bisogna soprattutto avere il coraggio di un'opinione!».

Marco Giacometti, candidato sindaco

Eli Baumgartner è la nuova direttrice del Bet

S. Bar. / Dopo le dimissioni di Serge Alder, che aveva iniziato a gennaio il proprio lavoro in valle, Bregaglia Engadin turismo ha scelto la nuova direttrice: si tratta della giovane Eli Baumgartner di Sankt Moritz. All'annuncio pubblicato dalla Commissione turismo hanno risposto vari professionisti del settore nel giro di pochi giorni. Non soltanto dai Grigioni e da zone limitrofe, ma anche dal Sud Italia. L'organismo presieduto da Bruno Pedroni ha deciso di puntare su Eli Baumgartner, engadinese di 33 anni con importanti esperienze in realtà come l'Accademia Engiadina e l'organizzazione della maratona di sci. «Per noi è la persona giusta - assicura il municipale che si occupa del turismo -. È una ragazza semplice e ama l'ambiente naturale. La sua esperienza in una realtà come l'Engadina ci sarà molto utile». Ma ora occorre anche la strategia giusta per conquistare nuovi clienti e fare aumentare il numero dei pernottamenti, che negli ultimi anni sono stati circa centomila. L'anno scorso era emersa l'ipotesi di organizzare eventi sportivi legati alla montagna, ad esempio nell'ambito dell'arrampicata. Ora invece le priorità sono altre. «Paesaggio e natura - prosegue Bru-

no Pedroni -. Questi sono i primi due elementi e rappresentano la base per ampliare e migliorare la nostra offerta e la nuova direttrice è d'accordo con quest'impostazione». L'arrivo in valle di Eli Baumgartner è in programma per l'inizio di dicembre. Per un mese affiancherà Serge Alder, poi da gennaio sarà alla guida di Bet. Nelle scorse settimane, dopo le difficoltà emerse con le dimissioni del direttore Alder, Bruno Pedroni ha ritenuto indispensabile un'analisi dei rapporti tra le istituzioni e la direzione dell'ente turistico. «Ne abbiamo parlato sia in commissione turismo sia in Municipio. Il budget per questo settore supera il milione di franchi all'anno. Non è poco per una piccola realtà come la Bregaglia. La nuova direttrice avrà la massima libertà e se ci saranno ulteriori aspetti da discutere siamo pronti a farlo». Eli Baumgartner ritiene che il turismo in Bregaglia abbia ancora un grande potenziale non ancora sfruttato. «La Bregaglia può puntare sulla sua posizione distaccata, quasi isolata, grazie alla sua ubicazione geografica tra la mondana Sankt Moritz e Chiavenna. Ma non solo: essa gode di una natura ancora incontaminata e di un potenziale culturale già esistente».

Riflessioni di Ugo Maurizio

Leggendo i contributi apparsi ultimamente, mi è venuta la motivazione di scrivere alcune riflessioni su quanto letto.

L'attuale vicesindaco Fernando Giovanoli esorta a usare un linguaggio corretto, pacato e non polemico durante le elezioni invece di screditare l'avversario. Di principio posso condividere quanto scritto. Ma una persona si può anche screditare senza parole offensive, slogan o quant'altro. Si può semplicemente ignorarla senza fare tanto baccano, si può metterla semplicemente a tacere con decreti «provvisori» di un giudice unico, si può fare pressione sui media locali in modo che certe informazioni non vengano pubblicate; tutto questo grazie al sostegno di legali, eventualmente pagati dalla mano pubblica.

Fondamentalmente c'è da chiedersi se è meglio essere più corretti nella forma piuttosto che nel contenuto o nel contenuto piuttosto che nella forma.

Personalmente ritengo che i gruppi politici in valle hanno mancato l'occasione di portare un vero cambio al vertice del comune, riportando effettivamente serenità nel dialogo politico.

Concludo per informare che mi difenderò con Emilio Giovannini dalle accuse legali che ci sono state fatte, assumendoci il rischio economico che altri nel nostro Comune non devono portare grazie alla loro funzione che ricoprono. Per evitare che nel nome della serenità si scivoli sempre più verso l'omertà.

Ugo Maurizio

Mi presento, sono Ursula Giovannini Ciapponi...

Non è il mio stile fare propaganda, ma in questo momento mi sento in dovere di presentarmi, visto che alcuni mi vedono come un'ombra.

La mia persona

Sono nata e cresciuta a Casaccia. Ho frequentato le scuole obbligatorie a Vicosoprano e Stampa. Ho conseguito il tirocinio di disegnatrice edile in Valle. Sono sposata con Mattia Ciapponi e ho due figlie che frequentano la terza rispettivamente la quinta elementare a Vicosoprano.

Ho vissuto la mia gioventù in un periodo dove la problematica dello spopolamento era già sentita. Parlando con un municipale mi sono tornate in mente persone che per noi si sono impegnate e altre che tutt'ora si impegnano e grazie a loro in valle abbiamo una Gioventù Bregaglia attiva con un locale ritrovo proprio, associazioni sportive attive etc.

Mi rivolgo ai giovanissimi: mettetevi da parte i social media e agite, perché questo è compito vostro e non del comune.

Riflessioni...

Nel comune di Bregaglia si vive bene. Per alcuni magari sembrano cose ovvie ma abbiamo un centro sportivo, un centro sanitario con pronto soccorso e casa di cura, una scuola dell'infanzia, una scuola primaria, una scuola bilingue, una scuola secondaria con rispettive mense, possibilità di trasporto, una scuola musica e molte attività. Potrei elencarvi pagine intere di servizi.

Non mi esprimo su altri temi non avendo l'esperienza necessaria, ma confido nell'esperienza dei municipali eletti e nel loro insegnamento.

Cambiamenti...

Penso sia una cosa ovvia che un comune, dopo un certo arco di tem-

po, faccia delle riflessioni sui cambiamenti da eseguire (un po' come un update).

Una situazione che vivo tuttora è la questione del lavoro/famiglia. Io ho deciso dieci anni fa di dedicarmi alla famiglia ma bisogna favorire anche i nuclei familiari in cui necessitano o scelgono di lavorare entrambi i genitori.

Naturalmente ci sono problemi che non coinvolgono solo il nostro comune ma sono un po' ovunque ed è il compito di noi cittadini e delle autorità trovare soluzioni adeguate alla nostra situazione quale regione di montagna. Sicuramente ci sono cambiamenti da fare ma importante è mantenere nel possibile ciò che abbiamo.

Candidatura...

Ho avuto un'infanzia felice e sono stata cresciuta imparando a rispettare il prossimo, a essere imparziale, ad agire con il buon senso ed ad amare il prossimo come te stesso.

Ora che le mie figlie sono cresciute ho deciso di impegnarmi per il bene del comune e di candidarmi portando cura degli insegnamenti avuti.

Visioni...

La mia visione? Una viabilità sicura tra la Bregaglia e l'Engadina con un trasporto pubblico efficiente. Per rendere la Bregaglia un luogo attrattivo senza aumentare il traffico pendolare.

Ringrazio di cuore chi ha riposto la sua fiducia in me e ringrazio in anticipo per la Vostra partecipazione alle votazioni del 22 settembre 2019. Chi decide di votarmi, voti Ursula Giovannini Ciapponi GRAZIE.